Ruptures, un chantier à 1,4 Mrd €

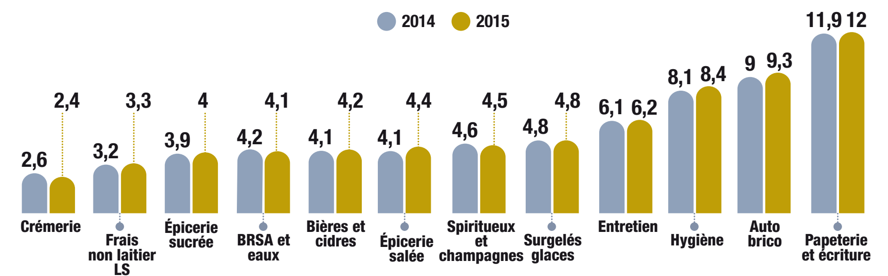
Toutes les enseignes maximisent les solutions pour limiter les ruptures en linéaires. Malgré tout, le manque à gagner reste important. Selon le baromètre ECR-Iri pour LSA, les pertes en 2014 s'élèvent, en effet, à 1,4 milliard d'euros en hypermarchés.

© CLOTILDE CHENEVOY

Focus sur le phénomène au mois de mai

LA CRÉMERIE, BONNE ÉLÈVE, ALORS QUE LA PAPETERIE FERME LA MARCHE

Taux de rupture en valeur, en % du CA de la catégorie, en HM, du 20 avril au 17 mai 2015 (P5) et sur la même période en 2014



Les variations restent relativement faibles entre P5 2014 et P5 2015. L'hygiène, l'auto-brico et la papeterie sont les secteurs où les taux de rupture ont le plus progressé d'une année sur l'autre.

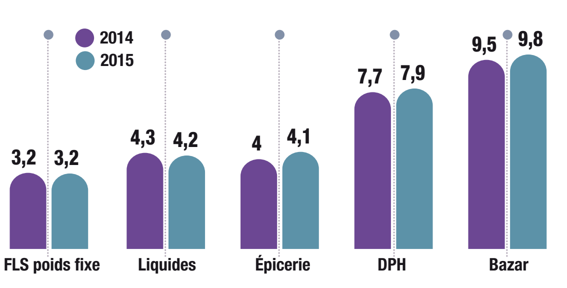
81 M€ de ventes perdues

6,8 % de rupture

1 700 € soit 45 paniers perdus par jour et par magasins

LE TAUX DE RUPTURE NE REFLÈTE PAS LA VALEUR

Taux de rupture par catégorie en valeur, en % du CA de la famille, en HM, du 20 avril au 17 mai 2015 (P5) et sur la même période en 2014



Si le bazar accuse 9,8 % de ruptures, le manque à gagner ne représente « que » 1,1 M€. Pour le FLS, plus important en termes de « CA magasin », ses 3,2% de rupture représentent 25 M€ de perte.

Sources : Baromètre ECR-Iri-LSA

LE CONTEXTE

- **Les ruptures représentent un manque à gagner pour les enseignes,** et les solutions pour limiter ces pertes se révèlent complexes.
- **Face à la concurrence du web,** les distributeurs doivent jouer la carte de la disponibilité des produits pour faire la différence.

« *Avant, les publicités comparatives portaient sur le prix. Demain elles porteront sur la disponibilité en magasins.* » Pour Wendy Doucet, directrice de la relation client L'Oréal France et également coprésidente du groupe projet ECR Zéro Rupture mode d'emploi, les distributeurs ont toujours cherché à minimiser les manques en rayons, mais la montée de la concurrence en ligne oblige les acteurs traditionnels à répondre présents sur cette question dès lors que le client se rend dans leurs magasins.

Or, à la lecture du baromètre mensuel réalisé par ECR et Iri, le manque à gagner reste encore important, et des marges de progrès subsistent. Le champ d'analyse de ce baromètre, que *LSA* publiera désormais tous les mois sur son site web, porte sur 2 000 hypermarchés et supermarchés et 110 catégories de produits de grande consommation et bazar. Et il en ressort que, de mai 2014 à mai 2015, le manque à gagner global généré par les ruptures dépasse le 1,4 milliard d'euros. Les chiffres de 2014 montrent qu'à partir de septembre et jusqu'à décembre, les ruptures augmentent. Selon Wendy Doucet, ce phénomène proviendrait « *de la guerre des prix à laquelle les distributeurs se sont livrés. Les promotions ont poussé le consommateur à stocker davantage. Une fois cette période passée, on retourne sur des chiffres plus classiques* ».

TOUS LES MOIS
Retrouvez le baromètre des ruptures en magasins réalisé par ECR et Iri. sur **LSA.FR**

ECR France
IRi

Un livre blanc prévu prochainement

Dans le détail, sur la période du 20 avril au 17 mai, les catégories les plus rupturistes sont : la papeterie-écriture (14,5 %), l'automobile et le bricolage (13,1 %), l'hygiène (10,1 %), ainsi que les vins et spiritueux (9,2 %). Parmi les produits les moins touchés, on retrouve la crémerie (3,5 %), le frais non laitier en libre-service (5 %), les BRSA et eaux (5,9 %), les bières et cidres (6,9 %), et, enfin, les glaces et surgelés (7,3 %). En termes de manque à gagner (81 millions d'euros en mai), par catégorie, les ruptures concernent en premier lieu le frais libre-service (31,2 %, à 25 M€ de pertes), puis l'épicerie (25,2 %, à 20,4 M€), et, à égalité, les liquides et le DPH (21,4 % chacun, à 17,3 M€), le bazar ne représentant que 1,4 % (à 1,1 M€).

> « Chaque enseigne a sa propre méthode pour travailler sur les ruptures, rien n'est uniformisé. Distributeurs et marques veulent savoir quels sont les meilleurs moyens de contrôle. »
>
> **Wendy Doucet,** directrice de la relation client L'Oréal France et coprésidente du groupe projet ECR Zéro Rupture Mode d'Emploi

ECR sort prochainement un livre blanc sur les ruptures. Ce dernier centralise l'ensemble des bonnes pratiques qui ont été soulevées lors des réunions du groupe projet sur les ruptures. « *Chaque enseigne a sa propre méthode pour travailler sur ce sujet, rien n'est uniformisé,* explique Wendy Doucet. *Or, la présence des distributeurs et des marques au groupe de travail d'ECR devient plus soutenue, car tous veulent savoir quels sont les meilleurs moyens de contrôle. Le livre blanc présentera des solutions selon la maturité de l'industriel ou du distributeur sur ce sujet.* » Cette commission réalise également une veille auprès des prestataires de services et reçoit régulièrement des sociétés pour étudier les techniques possibles. Le principe de prendre en photo les rayons et valider visiblement la rupture en magasins semble attirer les faveurs des professionnels. Cela viendrait en renfort d'un algorithme classique, basé sur la rotation des stocks qui peuvent rencontrer des anomalies statistiques. ▮▮▮ **CLOTILDE CHENEVOY**